

**STRATEGI RADIO AL-FATIH DALAM MEMPEROLEH SIMPATI  
PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas  
dan Memenuhi Syarat-Syarat Menacapai Gelar  
Sarjana Sosial (S. Sos)**

**Oleh**

**M. HABIBILLAH RASYID**  
**NIM: 11.15.4.037**

**Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**

**STRATEGI RADIO AL-FATIH DALAM MEMPEROLEH SIMPATI  
PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas  
dan Memenuhi Syarat-Syarat Menacapai Gelar  
Sarjana Sosial (S. Sos)**

**Oleh**

**M. HABIBILLAH RASYID  
NIM: 11.15.4.037**

**Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Muhammad Habibi Siregar, MA  
NIP. 19750725 200703 1 001**

**Ali Akbar, M.Ag  
NIP.197221003 200312 1 001**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

No : Istimewa

Medan, 29 Oktober 2019

Lamp : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

An. M. Habibillah Rasyid

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

dan Komunikasi UIN SU

Di-

Medan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswa An. M. Habibillah Rasyid yang berjudul: Strategi Radio Al-Fatih Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 Fm), kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang menaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan.

Demikian untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Muhammad HabibiSiregar, MA**  
**NIP. 19750725 200703 1 001**

**Ali Akbar, M. Ag**  
**NIP.19721003 200312 1 001**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Habibillah Rasyid

NIM : 11.15.4.037

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Strategi Radio Al-Fatih dalam Memperoleh Simpati  
Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Medan, 22 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

**M. Habibillah Rasyid**  
**NIM: 11.15.4.037**

Nama : M. Habibillah Rasyid  
 Nim : 11.154.0.37  
 Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Semester : IX  
 Judul Skripsi : Strategi Radio Al-Fatih Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 Fm)  
 Pembimbing I : Dr. Muhammad Habibi Siregar, MA  
 Pembimbing II : Ali Akbar, M.Ag

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah radio Al-Fatih dalam memperoleh simpati pendengar. Perkembangan radio di Sumatra Utara terkhusus di Medan tergolong sangat ketat sehingga dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga pendengar agar tetap mendengar siaran. Penyiaran radio yang lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara penyiar, dan lain lain. Sehingga dituntut dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik simpati pendengar.

Proses dalam memperoleh simpati pendengar ada beberapa hal yang menjadi strategi untuk mendapatkan simpati pendengar. Pertama, radio Al-fatih mengkhususkan radio ini bergerak dengan siaran-siaran dakwah islami, yang mana hari ini menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat luas dalam mendengarkan dan memahami ilmu Agama Islam. Begitu juga dengan musik-musik religi dan program Islami lainnya yang mungkin saja sebahagian masyarakat ada yang menggemari program-program Islami.

Kedua, yang menjadi strategi radio Al-Fatih adalah dengan memperluas jangkauan frekuensi pemancar pendengar dengan tujuan agar siaran-siaran radio luas dan merata untuk didengar. Ketiga, Radio Al-Fatih selalu membuat tawaran dan menerima Iklan dari segala jenis yang halal untuk setiap program dan kita selalu putarkan secara terjadwal agar para pendengar menjadi hafal dan bisa gabung untuk menyimak dan berpartisipasi dalam program acara tersebut.

Keempat, Selain dengan iklan pada program acara untuk memaksimalkan pendengar dan mengantisipasi agar tidak ketinggalan informasi program-program radio Al-Fatih membuat beberapa situs media sosial dan *website*. Kelima, radio Al-Fatih kadang kali juga membuat kuis sebagai pemancing pendengar agar tetap setia mendengar siaran.

Keenam, melakukan penyajian program secara rutin agar membentuk kebiasaan-kebiasaan dari penjadwalan yang sudah ada secara rutin. Semakin lama mendengar program yg rutin di siarkan, maka akan semakin berdampak pula pada pengiklanan. Pada radio Al-Fatih harus memiliki keunikan dan menyenangkan.

Ketujuh, melakukan penyimpanan sumber-sumber program. Ini dilakukan agar bisa disiarkan kembali ketika dibutuhkan. namun tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan penyajian yang berbeda.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul :Strategi Radio Al-Fatih Dalam Memperoleh SimpatiPendengar(Studi Pada Radio 107.3 Fm). Skripsi ini ditulis dalam memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Sarjana Sosial (S.sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Sungguh benar perkataan Allah atas kehidupan manusia Allah akan memberikan kemudahan bagi hamba-Nya yang menuntut ilmu. Karena itu syukur Alhamdulillah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini mampu peneliti lewati dengan penuh keyakinan serta kerja keras. Peneliti tetap semangat dan terus berusaha dengan kemampuan yang Allah berikan. Demikian pula dukungan yang peneliti rasakan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan beribu-ribu nikmat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

2. Teristimewa kepada kedua orangtua peneliti yang amat sangat peneliti cintai dan sayangi, dengan cinta kasih sayangnya telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini, hingga mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.sos). tiada kata yang dapat peneliti ucapkan “ Semoga Allah membalas semua cinta kasih yang kalian curahkan kepada anakmu ini”.
3. Kepada Bapak Rektor UIN SU Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag beserta para wakil Rektor dan Staf-Stafnya .
4. Kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan komunikasi Penyiaran Islam UIN SU Dr. Soiman, MA. Yang banyak memberikan nuansa motivasi bagi saya dengan karakternya yang bertanggung jawab, ramah tamah beserta para Wakil Dekan dan Staf-Stafnya.
5. Kepada Bapak Ketua Jurusan KPI, Bapak Muktaruddin, M A. dan bapak Dr. Winda Kustiawan, MA. selaku Sekretaris Jurusan, yang telah memberikan arahan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada pembimbing I bapak Dr. Muhammad HabibiSiregar, MA yang telah banyak membantu dan memberikan arahan, bimbingan serta motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada pembimbing II bapak Ali Akbar, M.Ag yang telah banyak membantu dan memberikan arahan, bimbingan serta motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam kegiatan perkuliahan serta pegawai yang telah banyak membantu mahasiswa dalam kegiatan Akademis Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Kepada Manager Radio Al-Fatih bapak Nazlan, SH dan para penyiar sertastaf-stafnya, yang telah memberikan izin dan data-data yang diperlukan kepada peneliti dalam melakukan pembuatan skripsi ini dan juga para staf-staf pihak Radio Al-Fatih yang telah membantu peneliti memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.
10. Buat saudara-saudara saya, Fahmi Amin Harahap, Iqbal Sajali Siregar, Arik Arnando, yaitu yang selalu memotivasi peneliti.yang selalu membuat tersenyum disaat peneliti sedang bosan dan jenuh dan selalu memberi semangat kepada peneliti.
11. Buat sahabat-sahabat tercinta, seperjuangan KPI, Dimas Adam Triogi, Ananda Hari Syahputra, Rizka Fadilah, Abdul Fawwaz, Abdul Aziz Bako, dan sahabat lainnya di jurusan KPI yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang sama-sama berjuang dalam suka ataupun duka dalam mengejar mimpi selama di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU.
12. Buat sahabat-sahabat saya diKKN Kecamatan Limau Sundai Binjai Barat.



Atas keterbatasan kemampuan peneliti dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini, diharapkan kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran sehat demi kesempurnaan hasil penelitian ini. Kiranya hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat memberi sumbangsih dan manfaat bagi pembaca.

Medan, 14 November 2019  
Peneliti

M. Habibillah Rasvid  
NIM: 11.15.4.037

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Batasan Istilah .....	14
D. Tujuan Penelitian .....	15
E. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>16</b>
A. Kerangka Teoritis.....	16
1. Teori Strategi Dakwah .....	16
B. Kerangka Konsep.....	17
1. Pengertian Strategi Dakwah.....	17
2. Strategi dalam Tinjauan Islam .....	17
3. Strategi Dakwah Rasulullah.....	18
4. Pengertian Strategi Secara Umum .....	21
5. Komunikasi Massa .....	27
6. Karakteristik Perencanaan Strategi .....	28
7. Faktor-faktor yang Berpengaruh dalam Sistem Strategi .....	29
8. Tinjauan Tentang Radio.....	32
9. Definisi Radio .....	37
10. Karakteristik Radio .....	37

11. Sifat Radio.....	38
12. Kelebihan dan Kekurangan Radio .....	39
13. Memperoleh Simpati Pendengar .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
C. Informan Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisa Data.....	50
F. Pengecekan Keabsahan Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Bentuk-bentuk Program Dakwah Radio Al-Fatih.....	52
B. Strategi Radio Al-Fatih dalam Memperoleh Simpati Pendengar.....	57
C. Penerapan Strategi Penyiar dalam Program Radio Al-Fatih.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia penyiaran adalah dunia yang sangat menarik untuk dibicarakan dan kegiatannya menjadi salah satu hal yang menyatu dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di mana pun kita berada, maka media penyiaran sangat muda didapat dan selalu setia menemani kita dalam kondisi apa pun dengan berbagai jenis karakter setiap menit tanpa henti. Seiring dengan kemajuan teknologi dari analog ke era digital, maka dunia penyiaran juga semakin memanjakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Penyiaran merupakan proses komunikasi suatu titik ke penonton, yaitu suatu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi, dengan atau tanpa alat bantu.<sup>1</sup> Penyiaran merupakan kegiatan, wadah yang mengelola penyiaran disebut organisasi penyiaran, yang artinya wadah bagi orang-orang penyiaran atau *broadcaster*.

Penyiaran yang menggunakan media radio, isi pesannya berupa suara saja, sedangkan media televisi, isi pesannya berupa audiovisual gerak dan sinkron. Oleh sebab itu, yang dimaksud dengan jurnalistik penyiaran meliputi segi ideal,

---

<sup>1</sup>Andi Fachruddin, *Jurnalism today*, (PRENADAMEDIA GROUP, maret 2019), hlm. 64.

pengoperasian perangkat keras dan lunak, dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita menjadi informasi audio/visual, baik dalam bentuk berita atau penjelasan hangat.<sup>2</sup>

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini di mungkinkan adanya berbagai media massa yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai pendengarnya dalam jumlah yang sangat banyak.

Media massa radio memiliki karakteristik cepat dalam meyampaikan pesan, luas jangkauannya dalam arti tidak mengenal medan, tidak terikat waktu, ringan dan dapat dibawa kemanapun, murah dan memerlukan banyak konsentrasi karena radio hanya untuk di dengarkan sebagai tempat informasi. Penggunaan media radio sebagai penghubung antara dua titik dalam jarak yang jauh telah digunakan sejak awal tahun 1900-an.<sup>3</sup>

Saat itu radio digunakan sebagai alat komunikasi untuk perang dengan infrastruktur kabel yang mengirimkan kode morse dalam pesan telegram. Kemudian tahun 1920-an penggunaan radio menyiarkan suatu program acara yang menjadi populer di Eropa dan Amerika Serikat. Hingga akhirnya radio menjadi bagian aktivitas manusia sehari-hari.

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm. 65.

<sup>3</sup> Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 55.

Radio sebagai media massa yang efektif dalam penyebaran informasi, berbagai macam informasi bisa disampaikan dengan audio yang jelas dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Radio juga menyebabkan ketergantungan terhadap masyarakat karena tidak dapat dipisahkan dengan kebiasaan mendengarkan radio karena radio memberikan kepuasan tersendiri terhadap pendengarnya dengan adanya radio tersebut sangat praktis sehingga masyarakat dapat mendengarkan radio dimana saja dan kapan saja.

Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik di modulasi (dinaikkan frekuensinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam spectrum elektromagnetik. Radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada khalayak umum dalam bentuk suara dengan menggunakan gelombang radio sebagai media. Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), murah, merakyat, bisa dibawa, dan didengarkan dimana-mana.

Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara, disebut *theatre of mind*.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2006), hlm. 12.

Umumnya, musik merupakan kekuatan yang dimiliki stasiun radio untuk menarik pendengar. Misalnya, stasiun radio sengaja memilih format lagu pop agar para penikmat musik satu itu menjadi pendengar setia. Pada perkembangan zaman pada saat ini radio mengalami penurunan beberapa persen pada setiap tahunnya dari pada media-media digital lainnya.

Digitalisasi telah menguasai kehidupan masyarakat. Mengungkapkan bahwa digitalisasi merupakan transformasi masyarakat informatif yang secara memaksa dari bentuk analog ke digital. Digitalisasi tidak hanya berpengaruh pada aspek kehidupan masyarakat, melainkan juga berpengaruh pada beberapa media informasi dan telekomunikasi, salah satunya radio konvensional. Radio konvensional merupakan media penyalur informasi yang hadir sebelum televisi dan media lain berbasis internet, namun seiring berjalannya waktu radio konvensional mulai kehilangan pendengarnya. bahwa terjadi penurunan jumlah pendengar radio hingga 3% setiap tahunnya. Penurunan jumlah ini menjadi fenomena bahwa eksistensi radio konvensional yang semakin tergerus di era digital ini.

Radio sebagai media massa terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimulai dari zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, dan zaman orde baru. Mulai dari radio yang segmentasinya luas, sampai yang mempersempit diri dalam segmentasi. Sehingga radio yang dulunya bersifat umum, sekarang dikenal dengan radio wanita, radio untuk anak muda, radio untuk remaja, radio khusus berita, radio budayawan lain sebagainya. Didalam radio sangat diperhatikan bagaimana cara

berkomunikasi terhadap masyarakat, maka beberapa stasiun radio memiliki khas sendiri-sendiri dalam bersiaran atau berkomunikasi agar dapat menarik minat dengan masyarakat sebanyak mungkin.

Radio konvensional adalah sebuah media informasi sekaligus komunikasi elektronik yang pertama kali ada di Indonesia pasca Perang Dunia II dengan siaran perdana pada 11 September 1954. "Radio adalah sarana hiburan, penerangan, pendidikan dan propaganda. Oleh karena itu, radio dijuluki sebagai *the fifth estate* (kekuasaan kelima). Setelah pers mendapat julukan sebagai "kekuasaan keempat" demokrasi. Sedangkan ketiga lainnya adalah yang menjalankan fungsi pemerintahan yang terdiri dari lembaga-lembaga yang tergabung dalam lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif dimana masing-masing berperan sebagai kekuasaan pertama.

Kedua dan ketiga dalam pilar demokrasi Indonesia. Setelah surat kabar radio konvensional di Indonesia menjadi media informasi yang terkenal dengan etika jurnalistiknya sebagai pilar dalam penyampaian berita, teristimewa di masa Orde Baru. Tahun 1995 di Indonesia menunjukkan 94% penduduk aktif mendengarkan radio konvensional dan 69,4% dari total penduduk memiliki pesawat radio sendiri. Saat ini radio konvensional dihadapkan dengan berbagai macam media yang mengalami perkembangan akibat digitalisasi.

Jaringan internet yang mudah diakses oleh masyarakat menjadi jalan alternatif penggunaan media *on-line*. Masyarakat kini gemar mengakses media *on-line* untuk memperoleh berbagai informasi dengan cepat sehingga popularitas media *on-line*



semakin merangkak naik. Kemanakah berpindahnya pendengar radio tersebut? Mereka tersedot ke televisi dan internet. Berdasarkan hasil riset *Broadcasting Board of Governors* oleh Gallup, Amerika Serikat yang dipublikasikan VOA Indonesia jelang akhir 2016 menunjukkan: <sup>5</sup>

- a. 87 persen penduduk Indonesia menggunakan televisi untuk mendapatkan berita.
- b. 36 persen melalui SMS.
- c. 11 persen memperoleh informasi dari radio
- d. 7 persen yang masih menggunakan Koran/majalah untuk mendapatkan berita.
- e. 1 persen yang mendengarkan radio dari berita.

Namun berdasarkan hasil survey berbeda saat ini yang dilakukan oleh Yayasan Science dan Estetika, Ikatan Jurnalistik Televisi Indonesia, Yayasan TIFA, serta Departemen Komunikasi dan Informatika. Masyarakat kini tidak memiliki waktu dan enggan untuk menonton acara hiburan di televisi yang dinilai buruk. Melihat dari perspektif yang berbeda pada hasil survei ini, radio sesungguhnya harus mempersiapkan diri untuk menampung pendengar yang haus informasi dan hiburan yang bermutu, bagi mereka yang enggan menonton acara hiburan di televisi.

Kebutuhan akan informasi sudah menjadi hal penting bagi masyarakat. Untuk itu radio konvensional berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Radio konvensional mempunyai peran ideal dalam proses komunikasi sosial masyarakat sebagai media

---

<sup>5</sup><http://news.detik.com/berita/d-2865460/pemerintah-as-berencana-hentikan-siaran-radio-voaindonesi/komentar>. Diakses hari rabu, 25 September 2019, pukul 11.00wib.

publik yang mewadahi kebutuhan para pendengarnya. Inilah yang menjadi tantangan bagi radio konvensional untuk bisa mempertahankan pendengarnya, mengingat digitalisasi merambat pada sendi-sendi kehidupan masyarakat. Kemudahan mengakses informasi melalui jaringan internet membawa kebiasaan baru bagi masyarakat untuk gemar mengakses media *on-line*.

Dunia modern dewasa ini mengalami perubahan dan perkembangan yang semakin cepat. Perubahan dan perkembangan tersebut tidak bisa dipisahkan dengan dunia informasi. Kecanggihan teknologi komunikasi dalam era informasi telah menempatkan media elektronik menjadi bagian yang terpenting di dalam kehidupan manusia. Bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya.

Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal dimasyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media yaitu: Informasi, pendidikan, hiburan, kontrol serta perekat sosial yang mengakibatkan radio mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*.<sup>6</sup> Radio adalah sebagai *social control* dan memiliki fungsi utamanya sebagai *social control* dari siaran radio, yaitu:

---

<sup>6</sup>Elvinaro, Ardianto, dan Lukiati, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm.7.

1. Memenuhi rasa ingin tahu public.
2. Mengembangkan intelektual social dengan menawarkan gagasan kemajuan.
3. Mengembangkan interaksi social.
4. Mencerahkan dan memberdayakan masyarakat.

Paradigma baru siaran radio sudah bergeser dari hiburan menjadi media informasi dengan gencarnya program jurnalistik dan interaktif yang disajikan. Sehingga cenderung menumbuhkan suasana kerja profesional dan dunia usaha akan lebih untuk menggunakan jasa siaran radio sebagai sarana promosi.

Media elektronik mempunyai peranan yang besar dan luas sekali sebagai alat penyampaian informasi maupun sebagai alat komunikasi. Peranannya yang besar dan luas ini menempatkan posisinya begitu penting dan di butuhkan manusia dalam kehidupannya. Bahkan dalam perkembangannya di Indonesai, media elektronik sudah bukan merupakan kebutuhan sekunder melainkan sudah menjadi kebutuhan primer.

Sisi lain dari peran media elektronik adalah efektif, efisien dan akseleratif, terutama dalam hal biaya, tenaga dan waktu. Seorang mubaligh cukup berbicara di radio atau menulis di website dalam waktu seketika informasi tersebut sudah dapat di pantau oleh sekian puluh juta orang. Begitu pula suatu ide dan gagasan yang hendak di sampaikan kepada kelompok masyarakat tertentu bahkan yang jauh di plosok, tidak perlu lagi biaya besar untuk mendatangi kelompok-kelompok tersebut melainkan cukup di sampaikan melalui media baik TV, radio maupun media lainnya.

Radio hampir tersebar merata keseluruh nusantara, di pelosok pedesaan dan wilayah terpencil. Melalui media ini maka informasi dalam sekejap sudah merata dan di terima dalam waktu singkat. Radio sudah dianggap sebagai suatu fenomena kehidupan masyarakat modern. Keberadaan radio sebagai fenomena masyarakat modern sangat berguna untuk di dijadikan sebagai landasan pengembangan fungsi media dakwah Islam dalam memenuhi sarana pengabdian masyarakat dalam rangka mewujudkan cita-cita pembangunan mental spiritual bangsa.

Radio siaran diberi julukan "*the fifth estate*" disebabkan adanya daya kekuatan dalam mempengaruhi media massa, yang disebabkan beberapa faktor, yaitu:

1. Daya langsung untuk mencapai sasarannya, yaitu pendengar, isi program yang disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis di atas kertas, kemudian dibacakan di depan mik radio sebanyak yang diinginkan dan pelaksanaannya berlangsung dengan mudah dan cepat.
2. Daya tembus. Daya tembus di sini maksudnya radio siaran mampu menembus jarak dan rintangan, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dengan radio dapat dicapainya. Jarak bagi radio siaran dapat dicapai dengan mudah.
3. Daya tarik maksud dari daya tarik ialah kekuatan yang dimiliki radio yang disebabkan sifatnya serba hidup karena tiga unsur yang dikandungnya, yaitu: musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effect*).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Cet, IV; Bandung: Penerbit Alumni, 1986), hlm. 107.

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan berpikir, cepatnya sistem komunikasi yang di gunakan oleh penemuan berbagai perangkat keras (*hard ware*) di bidang teknologi komunikasi jelas harus di manfaatkan oleh pelaksana dakwah islam dalam menyelenggarakan aktivitas dakwahnya kalau tidak ingin tertinggal dalam memperebutkan massa (umat) dari berbagai pengaruh dan godaan berbagai macam budaya yang tidak sesuai dengan tuntunan agama Islam.

Kekuatan radio sangat efektif dalam memberikan stimulus (rangsangan) dan mempengaruhi masyarakat untuk menerima pesan suara yang disampaikan oleh komunikator. Radio adalah salah satu media massa yang mempunyai banyak kelebihan, antara lain; pesan yang disampaikan oleh radio dapat diterima olehpendengarnya dimana saja tanpa dibatasi ruang.<sup>8</sup>

Perkembangan radio di Sumatra Utara terkhusus di Medan tergolong sangat ketat sehingga dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga pendengar agar tetap mendengar siaran. Penyiaran radio yang lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara penyiar, dan lain lain. Sehingga dituntut dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik simpati pendengar.

Penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Di balik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya.<sup>9</sup>Dalam radio, penyiar diibaratkan sebagai citra radio, semakin cantik

---

<sup>8</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Cet, IV; Bandung:Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 108.

<sup>9</sup>Yulia, Wanda, *Andai Aku Jadi Penyiar*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 316-317.

performa penyiar, maka semakin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standarisasi siaran yang ditetapkan radio tersebut.

Dalam hal ini sasaran penyiar adalah komunikan atau penerima pesan yang sedang mendengarkan, memperhatikan, atau yang lebih sering disebut sebagai audiens yang berjumlah banyak dan bersifat dinamis dan heterogen.<sup>10</sup> Penyiar memiliki peran strategis yang dapat menentukan maju atau mundurnya sebuah stasiun radio.<sup>11</sup> Radio Al-Fatih adalah salah satu stasiun radio swasta yang pada program-programnya selalu dipandu oleh para penyiar profesional yang berupaya untuk melaksanakan siaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dalam mencari simpati pendengar yang dilakukan oleh para penyiar Radio Al-Fatih khususnya dalam program keagamaan. Dakwah sekarang sudah berkembang menjadi satu segmentasi, sehingga menuntut *skill, planning*, dan manajemen yang handal. Untuk itu diperlukan sekelompok orang untuk secara terus menerus mengkaji, meneliti, dan meningkatkan aktifitas dakwah secara professional.

Artinya, dakwah harus dikemas sedemikian rupa agar mampu mempengaruhi persepsi masyarakat bahwa nilai-nilai ajaran Islam lebih tinggi nilainya dari pada nilai-nilai lain. Seperti yang tertera dalam Surat An-nahl Ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

---

<sup>10</sup>*Ibid.*, hlm. 320.

<sup>11</sup>*Ibid.*, hlm. 325.

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, sains, teknologi, dan sebagainya. Dalam pembangunan seperti sekarang ini dakwah harus menyesuaikan situasi dan kondisi yang semakin berubah ke arah yang lebih maju.

Dengan ini, penulis memilih Radio Al-Fatih 107.3 FM untuk diteliti karena Radio Al-Fatih mempunyai keinginan dalam perubahan status dari radio komunitas ke radio komersil yang masih bernuansakan dakwah dalam mencari pendengar. Agar bisa berdiri sendiri tidak tergantung terhadap donatur dan bisa memperoleh frekuensi yang jelas. Sebagaimana moto yang disampaikan radio ini, “membebaskan hati merajut silaturahmi”, dan radio ini pun sudah berizin dari Komisi Penyiaran Indonesia (daerah kota Medan), yang terakhir peneliti ingin radio ini dikenal diberbagai daerah sekitar Medan dan semuakalangan.

Dalam (*arsip radio Al-Fatih*), disebutkan bahwa pada dasarnya di kota Medan, masyarakatnya masih butuh informasi, hiburan, dan khususnya siraman rohani, sehingga masyarakat Kota Medan membutuhkan pengetahuan agama melalui media radio karena Medan sebagai kota religius sangat membutuhkan radio dakwah. Terlebih saat ini di kota Medan masih sangat jarang adanya radio dakwah. Upaya

mempertahankan adalah mengusahakan supaya tetap (tidak berubah dan sebagainya).

Membiarkan pada keadaan yang semula, berusaha tetap mempertahankan jumlah pendengar pada setiap acaranya yang disiarkan secara *live* ataupun tidak tetap mendengarkan konsep acara radio Al-Fatih. Sedangkan pendengar adalah orang yang mendengarkan radio sekaligus pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. Tanpa pendengar maka sebuah radio akan mati suri. Sehingga berdasarkan definisi, upaya mempertahankan pendengar merupakan tanggung jawab bagi sebuah radio.

Jumlah pendengar akan menjadi dasar untuk menentukan harga jual iklan yang akan dijual pada jasa iklan. Dalam dokumentasi radio Al-Fatih jumlah pendengar radio Al-Fatih terbagi menjadi 2 bagian, yaitu secara *on air* dan *streaming online*. Untuk *on air* sendiri di peroleh berdasarkan data sms yang masuk, mencapai lebih dari 3000 pendengar. Sedangkan untuk perolehan pendengar secara *streaming online* mencapai lebih dari 300 pendengar.

Dalam perolehan pendengar, radio Al-Fatih belum menggunakan sistem survey dalam mengamati setiap pendengarnya melainkan langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh pendengar. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui cara Radio Al-Fatih 107.3 FM mendapatkan strategi dalam memperoleh simpati pendengar.

## **B. Rumusan masalah**

Secara Umum yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen radio Al-Fatih dalam mengatur, mengelola



dan mempertahankan simpati pendengar. Namun yang menjadi rumusan masalah secara khusus adalah sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk-bentuk program dakwah Radio Al-Fatih?
2. Bagaimana strategiradio Al-Fatih dalam memperoleh simpati pendengar?
3. Bagaimana penerapan strategi penyiar dalam program Radio Al-Fatih ?

### **C. Batasan Istilah**

Judul Proposal mencakup beberapa istilah kunci yang di anggap perlu diberi batasan sebagai landasan pembahasan lebih lanjut. Batasa istilah ini dibuat dalam rangka menghindari ruang lingkup permasalahan yang begitu luas. Adapun yang menjadi batasan istilah yang di maksud adalah sebagai berikut:

1. Strategi: Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai. <sup>12</sup>
2. Radio: Radio adalah media komunikasi tertua dan paling familiar di seluruh dunia. Di tengah banyaknya media-media baru yang hadir seperti internet dewasa ini.
3. Al-fatih: Radio Al-Fatih berdiri pada tahun 2010 berawal pada nama radio lips FM kemudia berganti nama radio Al-Fatih FM pada awal tahun 2018. Stasiun radio swasta yang pada program-programnya selalu dipandu oleh para penyiar profesional yang berupaya untuk melaksanakan siaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dalam mencari simpati pendengar

---

<sup>12</sup>*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Cetakan keempat 1995), hlm. 964.

yang dilakukan oleh para penyiar Radio Al-Fatih khususnya dalam program ke Agamaan.

4. Simpati: Rasa kasih: rasa setuju atau rasa suka.<sup>13</sup>

#### **D. Tujuan Penelitian.**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk program Dakwah radio Al-Fatih.
2. Untuk mengetahui strategi radio Al-Fatih dalam memperoleh simpati pendengar
3. Untuk mengetahui penerapan strategi penyiar dalam program radio Al-Fatih.

#### **E. Manfaat Penelitian.**

1. Manfaat Teoritis: hasil penelitian ini dapat menambah kasanah dan ilmu dalam bidang Radio dakwah dakwah islam kepada masyarakat.
2. Manfaat Praktis: hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Radio Al-Fatih dan masyarakat, baik secara perorangan maupun kolektif dalam merumuskan strategi memperoleh simpati pendengar untuk mempermudah penyiar menyiarkan dakwah yang ada di masyarakat khususnya melalui mediaradio Al-Fatih.
3. Manfaat metodologi: Diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian lain yang ingin mengkaji lebih jauh mengenai strategi memperoleh simpati pendengar.

---

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 942.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Kerangka Teoritis**

##### **1. Teori Strategi Dakwah**

Menurut Asmuni Syukir Strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dikatakan lebih lanjut strategi dakwah merupakan siasat, taktik yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

Strategi dakwah adalah suatu cara atau tehnik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu :

- a. Memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal.
- b. Merumuskan masalah pokok umat Islam.
- c. Merumuskan isi dakwah.
- d. Menyusun paket-paket dakwah.
- e. Evaluasi kegiatan dakwah.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al-Ikhlas, 1983), hlm. 32.

## **B. Kerangka Konsep**

### **1. Pengertian Strategi Dakwah**

Pengertian Strategi Dakwah Istilah “strategi” menurut bahasa adalah suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran dan tujuan khusus. Strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, taktik atau maneuvers yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal.

### **2. Strategi Dalam Tinjauan Islam**

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan untuk berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satu konsep strategi perang yang diketahui adalah kisah Khalid bin Walid Radhiyallahu ‘anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa siasat yang jitu. Lalu mengatur strategi, ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari. Pasukan di barisan depan ditukar kebelakang dan yang dibelakang ditukar didepan. Pasukan sayap kanan berganti keposisi kiri.

Tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan muslimin mendapat bantuan tambahan pasukan baru. Selain itu Khalid bin Walid mengulur-ulur waktu sampai sore hari karena menurut aturan peperangan pada waktu itu, peperangan tidak boleh dilakukan malam hari. Khalid memerintah beberapa

kelompok prajurit kaum muslimin pada pagi harinya agar berjalan dari arah kejauhan menuju medan perang dengan menarik pelepah-pelepah pohon sehingga dari kejauhan terlihat seperti pasukan bantuan yang datang dengan membuat debu-debu berterbangan.

Pasukan musuh yang menyaksikan peristiwa tersebut mengira bahwa pasukan muslim benar-benar mendapatkan bala bantuan. Mereka berpikir bahwa kemarin dengan 3000 orang pasukan saja merasa kewalahan. Apalagi jika datang pasukan bantuan. Karena itu, pasukan musuh merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri.

Dari kisah tersebut dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya untuk merangkai strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai.

### **3. Strategi Dakwah Rasulullah**

Cara Dakwah Rasulullah setelah seluruh tanah Arab ditaklukkan dan kekuasaan telah terpegang seluruhnya di tangan Rasulullah SAW ada negeri-negeri yang menerima Islam secara langsung, sehingga tidak ada lagi batas hak dan kewajiban di antara mereka dengan bangsa yang menang, dan ada pula yang takluk dan mengakui membayar jizyah, sedang mereka tetap memeluk agama mereka yang asal, yaitu agama Nasrani, namun di dalam menghadapi kedua macam ini tidaklah berhenti Rasulullah mengadakan dakwah. Kepada yang telah memeluk agama Islam secara langsung diadakanlah dakwah bagaimana mendirikan sembahyang dan meramaikan jamaah. Sedang kepada yang masih tetap memeluk

agamanya yang mulia dan sopan-santun yang tinggi, sehingga banyak pula di antara mereka yang dengan sukarelanya sendiri memeluk agama Islam karena sikap dakwah dengan budi-pekerti yang mulia itu.

Suatu ketika Rasulullah SAW mengutus beberapa sahabat untuk berdakwah darinegeri Yaman salah satunya diutus Muadz bin Jabal dan Abu Musa Al Asyari menjadi ahli dakwah dan memberikan petunjuk. Kebagian yang 36 lain dikirim pula Khalid bin Al walid, Tetapi karena keahlian beliau adalah lebih banyak dalam soal peperangan, lebih berhasil lagi keputusan beliau itu setelah dikirim pula ke sana Ali bin Abi Thalib. Mereka diseru kepada Islam dan mereka dipimpin dan diajak bersama-sama mengerjakan shalat berjamaah. Dasar dari dakwah kepada negeri yang telah takluk itu, meskipun mereka telah memeluk Islam ialah kewajiban menyampaikan (tabligh), sebagaimana tersebut di dalam Surat Al Maidah ayat 67:

﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ

يَعَصْمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴿٦٧﴾

Artinya: “Wahai Rasul, sampaikan apa yang telah diturunkan kepadamu dari Tuhanmu, dan jika kamu tidak melakukan berarti kamu tidak menyampaikan risalah-Nya. Allah menjagamu dari bahaya manusia, sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir” (Surat Al Maidah: 67).

Dengan ayat ini jelas sekali bahwa Rasulullah belum menyempurnakan tugasnya yang utama kalau tabligh belum beliau kerjakan. Dia tidak boleh ragu dan terhenti mengerjakan pekerjaan yang berat ini. Nabi tidak boleh bimbang, sebab Tuhan menjamin keselamatan beliau di dalam melakukan dakwah. Tadi telah kita katakan, bahwasanya dakwah itu berlaku kepada segala pihak. Baik orang yang telah patuh mengerjakan Islam, ataupun kepada orang yang belum menerima Islam sama-sekali. Bahkan setelah kedudukan Rasulullah SAW mencapai puncak kekuasaan yang tertinggi, beliau pun melakukan dakwah juga kepada pihak kekuasaan yang lain yang bertentangan dengan beliau.<sup>15</sup>

Rasulullah SAW adalah seorang Dai Internasional, pembawa agama Islam untuk seluruh alam, Beliau di dalam membawa misi agamanya menggunakan berbagai macam strategi, dua diantaranya adalah:

- 1) Pengutusan Rombongan Dakwah ke berbagai Daerah: Pengutusan rombongan Dakwah ke berbagai daerah adalah bagian dari Strategi yang dilakukan Rasulullah SAW dan para sahabatnya yang mana Rasulullah SAW mengutus rombongan dakwah ke Yatsrib, Najed, Najran, Makkah dan lain sebagainya.<sup>16</sup>
- 2) Mengunjungi Rumah (silaturrahim): Strategi dakwah yang dirasa efektif juga dilaksanakan dalam rangka mengembangkan maupun membina

---

<sup>15</sup>Hamka, *Prinsip dan kebijaksanaan Da'wah Islam*, (Jakarta: PT Pustaka Panjimas, 1984), hlm. 52-53.

<sup>16</sup>M. Munir, *Metode dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), Cet. Ke-1, hlm. 23.

Umat Islam ialah strategi dakwah dengan mengunjungi atau bersilaturahmi kepada sasaran dakwah atau mengunjungi rumah-rumah masyarakat, hal ini sering dilakukan oleh Rasulullah ketika berdakwah.<sup>17</sup>

#### 4. Pengertian Strategi Secara Umum

Strategi berawal dari bahasa Yunani yaitu “*Strategos*” dengarkan kata *Stratos* dan *ag*, *stratus* berarti “militer” dan *ag* berarti “memimpin”. Pada awalnya strategi diartikan *generalship*, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan.<sup>18</sup> Strategi dalam kamus bahasa Indonesia strategi diartikan sebagai alat untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang direncanakan.

Istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan kiat yang digunakan oleh para jedral untuk memenangkan suatu peperangan.<sup>19</sup> Strategi secara umum adalah teknik untuk mendapatkan kemenangan (*Victory*) pencapaian tujuan (*to achieve goals*). Berikut beberapa strategi menurut para ahli: Menurut Carl Von Clausewits, seorang ahli strategi dan peperangan, pengertian strategi adalah penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Kemudian dia menambahkan bahwa politik atau *policy* merupakan hal yang terjadi setelah terjadinya perang.<sup>20</sup> Pengertian strategi adalah metode atau

---

<sup>17</sup>Asmuni syukir, *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 32.

<sup>18</sup> Murdifing Haming & Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Moderen*, (Jakarta Bumi Aksara, 2011), hlm. 49.

<sup>19</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm. 15

<sup>20</sup>Ngalimun, dkk. *Strategi dan model pembelajaran*. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo,



rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang di inginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah; pengertian strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan manfaat sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Istilah strategi berasal dari kata Yunani untuk ahli militer atau memimpin pasukan.<sup>21</sup>

1. Menurut Henry Mintzberg, seorang ahli bisnis dan manajemen, bahwa pengertian strategi terbagi 5 definisi yaitu strategi rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan terakhir strategi sebagai perspektif.<sup>22</sup>
  - a. Pengertian strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah di tentukan; sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
  - b. Pengertian strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran dari pada menggunakan yang terencana ataupun yang diniatkan. Hal yang merupakan pola perbedaan dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja.
  - c. Definisi strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para

---

2015), hlm. 42.

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 44.

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 46.

konsumen ataupun para penentu kebijakan; sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor-faktor eksternal.

2. Menurut Craig & Grant, pengertian strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan. Menurut Siagian, menyatakan bahwa pengertian strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.<sup>23</sup>
3. Strategi menurut David Hunger adalah pengembangan jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.<sup>24</sup>
4. Strategi menurut Hamel dan Prahalad adalah merupakan tindakan yang bersifat *Incremental* (Senantiasa Meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apayang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetisi inti. Perusahaan perlu mencari

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm.48.

<sup>24</sup> David Hunger, dkk, *Manajemen Strategi dan Terjemahan*, (Jakarta: ANDI, 2010), hlm.12.

kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.<sup>25</sup>

5. Strategi menurut Webster's New Word adalah ilmu merencanakan serta mengarahkan kegiatan-kegiatan militier dalam skala besar dan manuver kekuatan-kekuatan kedalam posisi yang paling menguntungkan sebelum bertempur dengan musuhnya, sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan. Strategi disini diartikan sebagai trik atau skema untuk mencapai suatu masud.<sup>26</sup>
6. Dan strategi menurut Stephanie K. Marrus adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai.<sup>27</sup>

Strategi dapat dimaknai dengan sebagai perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tapi dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak sekedar berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun berfungsi pula sebagai petunjuk tentang bagaimana taktik oprasional dijalankan.

Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran

---

<sup>25</sup>*Ibid.*, hlm. 18.

<sup>26</sup> R. Edward Freeman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1995), hlm. 97-98.

<sup>27</sup>Husein Umar, *Strategi Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 23.

tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh.

Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama. Strategi ini dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perubahan itu tidak terlepas dari sebuah strategi. Adapun tentang taktik, sebenarnya merupakan cara yang digunakan, dan merupakan bagian dari strategi.

Strategi yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut strategis. Untuk mencapai strategi yang strategis harus memperhatikan apa yang dimaksud SWOT sebagai berikut:

- 1) *Strength* (Kekuatan), yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya, beberapa piranti yang dimiliki.
- 2) *Weakness* (Kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki sebagai kekuatan, misalnya kualitas manusianya, dananya, dan sebagainya.
- 3) *Opportunity* (peluang), yakni seberapa besar peluang yang tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun di terobos.
- 4) *Threats* (Ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar. <sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Asmuni Syukri, *Dasar-dasar Budaya Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 32.

Dalam buku “Strategi Budaya” karangan Ali Mertopo, di tuliskan bahwa strategi merupakan cara dan usaha menguasai dan mendayagunakan segala sumber daya suatu masyarakat (kelompok) untuk mencapai tujuannya. Dituliskan dalam buku tersebut pendekatan strategi yaitu yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Strategi memusatkan perhatian kepada tujuan yang ingin dicapai serta gerak/usaha untuk mencapai tujuan tersebut.
- 2) Strategi memusatkan perhatian kepada kekuatan (*power*)
- 3) Strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi, sehingga memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka menuju kepada tujuan.<sup>29</sup>

Perumusan strategi yang meliputi pengenalan (penelitian) khalayak, penyusunan pesan, pemilihan metode dan media, bahkan penentuan komunikator sesuai dengan kondisi dan situasi dapat dilakukan dengan lebih rapi dan mantap. Mengenai masalah persiapan itu, telah lama dikenal pepatah, yang artinya ialah barang siapa yang bekerja tanpa persiapan maka dia akan jatuh dengan kehilangan kehormatan.

Persiapan yang dimaksud disini ialah, bahwa sebelum komunikator melancarkan komunikasinya, terlebih dahulu ia harus mengenal khalayak. Menyusun pesan dan memilih medium yang cocok dengan kondisi khalayak

---

<sup>29</sup> Ali Martopo, *Strategi Budaya*, (Jakarta: Csis, Cetakan Pertama, 1978), hlm. 8-9.

tersebut. Tentu saja hal ini dilakukan tidak sekedar untuk mengetahui (dengan metode informatif) kondisi komunikan, juga dimaksudkan agar komunikan melakukan tindakan tertentu sebagaimana yang diharapkan komunikator.

## 5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa(*mass communication*) disini adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern dalam proses penyampaian pesannya. Media massa tersebut dapat berupa surat kabar, televisi, radio atau film. Sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika memiliki hal-hal sebagai berikut.<sup>30</sup>

- a) Pengirim pesan atau komunikator memakai peralatan modern dalam menyebarkan pesannya kepada khalayak yang tersebar di berbagai tempat.
- b) Dalam menyebarkan pesan, komunikator berusaha membuat khalayak yang tidak kenal satu sama lain untuk mengerti pesan yang disampaikannya.
- c) Pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa didapat dan diterima oleh banyak orang dan tidak ditujukan kepada beberapa pihak tertentu saja. Karena itu, pesan dalam komunikasi massa disebut sebagai pesan milik publik atau umum.

---

<sup>30</sup>Michael.E.Poter, *Keunggulan Bersaing Mempertahankan dan Menciptakan Kinerja Unggul*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 8.

- d) Komunikator bukan merupakan individu melainkan berbentuk organisasi formal seperti ikatan, jaringan atau perkumpulan. Artinya, komunikator
- e) dalam komunikasi massa adalah lembaga. Lembaga sebagai komunikator biasanya berorientasi padakeuntungan.
- f) Komunikasi massa memiliki *gatekeeper* sebagai pengontrol isi pesan sebelum disiarkan oleh media massa. *Gatekeeper* adalah beberapa individu dalam lembaga tersebut yang bertugas untuk membatasi atau memperluas pesan yang akan disampaikan agar lebih mudah dimengerti oleh khalayak.
- g) Umpan balik atau *feedback* dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Khalayak tidak bisa langsung memberikan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator jika disimpulkan, komunikasi massa adalah mengkomunikasikan pesan dari lembaga yang bertindak sebagai komunikator secara serentak kepada sejumlah besar orang yang tersebar diberbagai tempat dan tidak saling mengenal dengan menggunakan media massa.

**6. Karakteristik Perencanaan Strategi:**

- a) Keputusan yang diambil berkaitan dengan situasi masa depan.
- b) Merupakan kegiatan manajemen puncak yang berlangsung terus-menerus.

- c) Hasil proses pemikiran atau latihan intelektual yang diangkat dari nilai-nilai, budaya, prosedur, struktur, dan teknis yang dianut dalam lembaga tersebut.
- d) Berpikir positif dan inspiratif.
- e) Memerhatikan rangkaian konsekuensi sebab akibat sepanjang waktu.
- f) Mengidentifikasi secara sistematis tentang peluang dan ancaman dimasa akan datang.
- g) Memerhatikan rangkaian tindakan alternatif yang terbuka di masa yang akan datang.
- h) Mempertemukan dengan tujuan organisasi dan juga tujuan masyarakat.
- i) Menjadi penuntun dalam bertindak.
- j) Merupakan proses penentuan visi, misi, tujuan, sasaran, dan strategi pencapaian.

Oleh karena itu, kapan kita bicara tentang proses perencanaan strategi, berarti yang pertama yang akan muncul adalah visi dan misi.<sup>31</sup>

## **7. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam sistem strategi**

Titik tolak keberhasilan sebuah penerapan strategi dalam sebuah organisasi adalah bahwa pimpinan organisasi harus mampu merumuskan dan menentukan strategi organisasi sehingga organisasi yang bersangkutan tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, akan tetapi tanggap melakukan

---

<sup>31</sup> Prof. H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Cetakan ke-1, Maret 2013, PT RajaGrafindo Persada), hlm. 49-50.



penyesuaian dan perubahan yang diperlukan sehingga organisasi dapat meningkatkan efektivitasnya.

Untuk mewujudkan hal yang demikian, pimpinan organisasi harus mampu membentuk sistem manajemen strategis yang tepat dan cocok bagi organisasi yang dipimpinnya. Menurut S.P Siagian ada lima factor yang berpengaruh dalam sistem strategi, di antaranya adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

**a. Tipe dan Struktur Organisasi**

Setiap organisasi memiliki “kepribadian” yang khas. Tipe dan struktur yang dipilih untuk digunakan harus di kaitkan dengan kepribadian yang di maksud. Secara tradisional, tipe dan struktur yang paling banyak digunakan adalah tipe yang hirarki dan piramida. Tipe-tipe tersebut mungkin saja cocok untuk organisasi besar, kompleks dan kultur organisasi membenarkan berlakunya “ jarak kekuasaan” dan oleh karena itu memerlukan berbagai lapisan kewewenangan.

Tipe yang demikian itu juga cocok apabila ingin dilihat perbedaan penugasan antara mereka yang melakukan tugas pokok dan mereka yang menyelenggarakan berbagai kegiatan penunjang. Disamping itu juga, dengan menggunakan tipe ini dapat dipergunakan didalam sebuah organisasi yang jumlah karyawannya besar dan terdapat pula berbagai macam spesialisasinya.

---

<sup>32</sup> Andi, Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: LESPI, 2002), hlm. 68.

## **b. Gaya Manajerial**

Para teoritis dan praktis yang menelaah teori kepemimpinan dan gaya manajerial dalam mengelola organisasi yang besar dan kompleks menekankan beberapa hal, yaitu *pertama*: kepemimpinan yang efektif adalah kepemimpinan yang situasional. Maksudnya, kepemimpinan yang menekankan bahwa tidak ada satu tipe yang cocok dan dapat di terapkan secara konsisten pada semua jenis organisasi dan semua situasi.

Oleh karena itu, gaya manajerial sebagai faktor yang harus diperhitungkan dalam manajemen strategi yang memerlukan cara membaca situasi organisasi yang tepat dilakukan oleh pimpinan organisasi. *Kedua*: gaya manajerial yang tepat ditentukan oleh tingkat kematangan para anggota organisasi. Pimpinan organisasi harus mempunyai persepsi bahwa para anggotanya adalah orang-orang yang sudah berhasil dalam mematangkan pengetahuannya, keterampilannya, pengalamannya, mentalnya, intelektualnya dan emosionalnya dan gaya yang tepat untuk yang ditunjukkan.

*Ketiga*: peranan apa yang dilakukan oleh pimpinan didalam organisasi seperti diketahui bahwa para pimpinan organisasi diharapkan dapat melakukan berbagai jenis peranan, seperti selaku symbol keberadaan organisasi, visi organisasi dimasa yang akan datang, pengambilan keputusan, juru bicara organisasi, penerima dan penyebar informasi, penentu alokasi dana, sarana dan prasarana. Dalam

perjalanannya, organisasi akan mengalami berbagai kondisi dan disetiap kondisi menuntut peranan tertentu dari pimpinan organisasi.<sup>33</sup>

#### **c. Kompleksitas lingkungan eksternal**

Kompleksitas lingkungan eksternal merupakan kenyataan bahwa setiap organisasi menghadapi kondisi lingkungan yang berbeda-beda jelasnya, lingkungan eksternal suatu organisasi selalu bergerak sangat dinamis. Gerakan yang sangat dinamis tersebut pasti berpengaruh pada cara mengelola organisasi, termasuk dalam merumuskan dan memantapkan strategis.

#### **d. Kompleks proses pelayanan**

Semua jenis organisasi, baik organisasi yang bergerak dibidang bisnis maupun dibidang pelayanan ataupun jasa sangatlah membutuhkan suatu kualitas dalam pelayanan. Untuk menarik minat orang banyak sebuah organisasi harus mempunyai syarat-syarat tertentu seperti persyaratan mutu, kualitas, manfaat, pelayanan yang cepat, akurat dan kontinuitas.

### **8. Tinjauan Tentang Radio**

#### **a. Sejarah Radio**

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan

---

<sup>33</sup> Ya'qub, Hamzah, *Dinul Dakwah*, (Bandung: Bulan Bintang, 1987), hlm. 90.

teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik Eropa dan Amerika. Sejarah media penyiaran sebagai suatu industri dimulai dari Amerika.

Dengan demikian, mempelajari sejarah media penyiaran dunia, baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika Serikat. Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika German bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio.

Upaya Hertz diteruskan oleh Guglielmo Marconi, dari Italia yang sukses mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim itu berhasil menyebrangi Samudera Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.<sup>34</sup> Radio awalnya dianggap remeh dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi.

Radio lebih banyak digunakan oleh militer untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Peran radio dalam menyampaikan informasi mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini.

---

<sup>34</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Kencana Prenada, Jakarta, 2008), hlm. 3.

Pesawat radio yang pertama kali diciptakan, memiliki bentuk yang besar dan tidak menarik serta sulit digunakan karena menggunakan tenaga listrik dari baterai yang berukuran besar. Tahun 1962 perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya. Pesawat radio sudah menggunakan tenaga listrik yang ada di rumah sehingga lebih praktis, menggunakan dua konsep untuk mencari sinyal, antena dan penampilannya yang lebih baik menyerupai peralatan furniture.

Stasiun radio pertama muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS, pada tahun 1920 secara iseng-iseng sebagai bagian dari hobi, membangun sebuah pemancar di garasi rumahnya. Conrad menyiarkan lagu lagu mengumumkan hasil pertandingan dan menyiarkan instrument musik yang dimainkan oleh anaknya sendiri. Dalam waktu singkat, Conrad berhasil mendapatkan pendengar yang banyak seiring dengan meningkatnya penjualan pesawat radio ketika itu.

Stasiun radio yang dibangun Conrad itu kemudian diberi nama KDKA dan masih tetap mengudara hingga saat ini, menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin di dunia.

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Armstrong, berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio Armstrong berbeda dengan radio yang banyak dipasaran yang menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih dan bebas

dari gangguan siaran.<sup>35</sup>Di Indonesia perjalanan radio dimulai pada tahun 1925, pada masa pemerintahan Hindia-Belanda Prof. Komans dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malbar, Jawa Barat.

Kejadian ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM.<sup>36</sup>Tahun 1930 amatir radio di Indonesia telah membentuk organisasi yang menamakan dirinya NIVERA (*Netherland Indische Vereniging Radio Amateur*) yang merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia. Berdirinya organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda.Masa pemerintahan Jepang, tidak banyak aktivitas amatir radio yang dapat dihimpun karena pelarangan oleh pemerintah Jepang.

Namun, banyak diantaranya yang melakukan kegiatannya sembunyi-sembunyi. Hingga tahun 1945 tercatat seorang amatir radio bernama Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan pemancar radio sederhana buatan sendiri.Radio milik Gunawan menjadi benda yang tidak ternilai harganya bagi sejarah Indonesia dan sekarang disimpan di Museum Nasional Indonesia.

Akhir tahun 1945 sudah ada sebuah organisasi yang dinamakan PRAI (Persatoean Radio Amatir Indonesia). Namun pada tahun 1952, pemerintah mulai represif mengeluarkan ketentuan bahwa pemancar radio amatir dilarang mengudara

---

<sup>35</sup>*Ibid.*, hlm. 4.

<sup>36</sup>*Ibid.*, hlm. 7-8.

kecuali radio milik pemerintah dan bagi radio yang melanggar akan diberikan tindakan subversive. Kegiatan amatir radio tersebut dibekukan pada kurun waktu 1952-1965.

Pembekuan tersebut berdasarkan UU No. 5 Tahun 1964 yang mengenakan sanksi terhadap mereka yang memiliki pemancar tanpa seizin pihak yang berwenang. Namun ditahun 1966, seiring dengan runtuhnya orde lama, antusias amatir radio untuk mulai mengudara kembali tidak terbendung lagi.<sup>37</sup> Tahun 1966 mengudara radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan orde baru dan akhirnya muncul pula beberapa radio amatir lainnya yang melakukan kegiatan penyiaran dan terbentuklah ORARI (Organisasi Radio Amatir Indonesia) pada 9 Juli 1968.

Maraknya stasiun radio dikelola seadanya maupun secara komersial menjadi ukuran bahwa media radio semakin digandrungi. Sifatnya yang bisa dinikmati dalam keadaan apapun atau sambil mengerjakan sesuatu menjadi kekuatan lebih yang tidak tertandingi yang tak tertandingi oleh jenis media lainnya. Sehingga pertumbuhan industri televisi, internet, media cetak dan teknologi informasi lainnya tidak serta merta membuat radio terpuruk. Justru radio tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan tumbuh bersama kedahsyatan informasi teknologi.

---

<sup>37</sup> Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, (Edisi Pertama. Cet.3; Jakarta: Kencana, 2010), hlm.34-35.

## 9. Definisi Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat luar angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampaian berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi. Bagi pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, dan pemberi informasi.<sup>38</sup> Radio mudah beradaptasi dan sering dengan kehebatannya menyajikan bentuk siaran “live” (secara langsung), tidak memerlukan pemrosesan film, tidak perlu menunggu proses pencetakan. Bahkan pada saat ini radio digunakan sebagai media pendidikan yang menggunakan konsep dan juga fakta.

## 10. Karakteristik Radio

Beberapa karakteristik yang dimiliki radio yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu:

- a) Radio adalah suara (auditori) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang.

---

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek* (Bandung: Alumni, 1983), hal. 35.



- b) Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- c) Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (fading) dan gangguan teknis (*channel noise factor*)
- d) Theater of Mind. Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar.
- e) Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.<sup>39</sup>

## 11. Sifat Radio

### a) Auditif

Sifat radio siaran adalah auditif, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sepiintas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang

---

<sup>39</sup>Asep Syamsul M.Ramli, *Broadcast Journalism*, (Cet. I; Bandung, PT.Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 22.

tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada pembicara.

b) Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut “*semantic noise factor*” dan yang kedua adalah “*Channel noise factor*”. Gangguan teknis dapat berupa “interferensi”, yakni dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti, atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.

c) Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada dikamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghidangkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainnya.<sup>40</sup>

## 12. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Media radio dapat dilihat dari kekuatannya dan kelemahannya :

1) Kelebihan Radio

- a) Langsung. Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara

---

<sup>40</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio, Siaran, Teori, dan Praktek*, (Bandung: Alumni. 1983), hlm. 87-89.

dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.

- b) Cepat. Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.
- c) Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar. Dengan keunggulan suaranya radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkan.
- d) Tanpa batas. Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa menikmati. Dengan kemajuan teknologi satelit atau digital, radio bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- e) Tidak banyak pernik. Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa microphone dan sebuah handphone untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- f) Hangat dan dekat. Kendati tidak berhadapan langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dekat dan akrab.

- g) Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim di wilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya.
  - h) Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat. Dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrabi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.
- 2) Kelemahan Radio
- a) Durasi program terbatas. Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya, maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.
  - b) Sekilas dengar. Sifat radio adalah audiotori, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Artinya sifatnya sekilas, pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.
  - c) Mengandung gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi

kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat *noise*.

- d) Non visual. Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan on-air di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan audio.
- e) Radio dapat memungkinkan untuk upaya mensukkseskan pendidikan di dunia ini dengan menjadikan media radio sebagai media pendidikan bukan dijadikan sebagai media hiburan. Sehingga media radio dapat dimanfaatkan oleh berbagai publik yang haus akan informasi pendidikan dan pengetahuan. Keuntungan dari radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh warga Negara dalam masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja (bahkan orang buta huruf)serta dimana saja. Pendengar tidak harus tetap berada didepan pesawat radionya, tidak seperti halnya menonton televisi.<sup>41</sup>

### **13. Memperoleh Simpati Pendengar**

#### **1. Strategi Penyiaran Radio**

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subyek dan peserta yang terlibat.Untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan audiensnya.Guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang

---

<sup>41</sup> Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran; Membaca televisi, Melelihat Radio*, (Yogyakarta: LP3Y, 2001), hlm. 40.

berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi seluruh personil yang menggeluti dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka.

Pengetahuan dan pengalaman tersebut merupakan modal yang utama dalam menentukan operasional yang akan ditempuh guna memikat khalayak pendengar. Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan “programming” atau penata acara.<sup>42</sup>

Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk format station dengan tujuan menciptakan image stasiun Radio itu sendiri. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran.

## 2. Perencanaan Program

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya. Perencanaan meliputi: perencanaan produksi, dan pengadaan materi siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara harian, mingguan, dan juga bulanan, perencanaan saran dan pra sarana, serta perencanaan masalah administrasi.

---

<sup>42</sup> Prayuda, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang, Banyumedia 2005), hlm. 43.

Pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: *product* artinya materi program yang disukai pendengar, *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu siaran acara yang tepat, *promotion* artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor.<sup>43</sup>

Perencanaan merupakan bagian dari standar operasional prosedur (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi setiap broadcaster. SOP meliputi:

- a) *Planning*. Perencanaan produksi paket siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil *planning* berupa proposal yang memuat nama acara, target pendengar, tujuan dan target pendengar, penempatan siaran, sumber materi kata-kata, musik, durasi, biaya produksi, promosi serta crew yang akan terlibat dalam produksi seperti produser, presenter, operator dan penulis naskah.
- b) *Collecting*. Pencarian, pengumpulan materi musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber. Hasil *collecting* berupa materi siaran yang memadai dan siap olah untuk produksi acara.
- c) *Writing*. Seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk selanjutnya ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap baca atau disusun

---

<sup>43</sup> A, M, Morissan, *Menejemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Prenada, 2008), hlm. 201-202.

sedemikian rupa yang dirangkai dengan naskah pembuka-penutup atau naskah selingan.

- d) *Vocal Recording*. Perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.
- e) *Mixing*. Penggabungan materi vocal presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau mixermen dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.
- f) *On air*. Penayangan acara sesuai jadwalnya yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (live), tidak perlu vocal recorded terlebih dahulu.
- g) *Evaluation*. Seusai siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersama oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi apa saja kelemahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya.

### 3. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle yang dikutip Morrisan dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran.



- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku.
- c) Memelihara catatan (records) program yang disiarkan.
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.

### **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Radio Al-Fatih di jalan Setia Budi Medan Komplek Tasbih 1. Data dalam penelitian ini dapat ditemukan melalui program-program disiarkan yang dilakukan oleh para penyiar radio Al-Fatih, oleh karena itu penting kiranya lokasi ini menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari bulan Juli sampai dengan Agustus 2019.

#### **B. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena penelitian ini mencari informasi dan deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati menjelaskan fenomena yang terjadi ketika radio Al-Fatih merancang strategi dalam upaya meningkatkan simpati pendengar dan menginterpretasikan fenomena ini berdasarkan data yang diberikan oleh informan penelitian dan dikembangkan ke dalam penelitian.

Menurut Kier dan Miller penelitian kualitatif yaitu sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan

manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.<sup>44</sup>

### **C. Informan Penelitian**

Informan dalam penelitian ini adalah menejer dan penyiar radio Al-Fatih yaitu:

1. Nazlan Azhari, SE,I ( Manager)
2. Hiyadat (Penyiar Radio)
3. Safari Komono (Penyiar Radio)

Informan tersebut dianggap memiliki kompetensi dalam masalah yang diteliti. Dikatakan kompetensi karena informan tersebut memiliki pemahaman dan pengetahuan yang cukup mendalam tentang Strategi memperoleh simpati pendengar pada radio Al-Fatih sumber data.

Sumber data dapat diartikan sebagai subjek dimana data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini terbagi dalam dua bagian, yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil tanya jawab dengan informan penelitian.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini.

---

<sup>44</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 121.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data dan memperoleh informasi, peneliti melakukan beberapa teknik, yaitu:

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan bahan berita, yakni bertujuan untuk menggali informasi atau data tentang suatu masalah atau peristiwa.<sup>45</sup> Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti akan mewawancarai secara mendalam para informan penelitian yang terkait dengan permasalahan penelitian ini, yang sebelumnya peneliti sudah menyiapkan catatan-catatan yang berisikan pokok-pokok pembahasan. Seperti apa saja hambatan strategi yang dialami oleh penyiar, cara para penyiar mengatasi hambatan tersebut, serta Apa saja keberhasilan yang dilakukan penyiar dalam melakukan kegiatan siaran.

Teknik dan prosedur pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara bertatap muka antara pewawancara dengan informan yang terkait dengan judul penelitian.

### 2. Dokumentasi

Studi dokumen adalah catatan yang tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa waktu lampau.<sup>46</sup> Catatan-catatan yang berkaitan dengan penelitian yaitu hambatan-hambatan komunikasi yang dialami oleh penyiar, cara para dai mengatasi

---

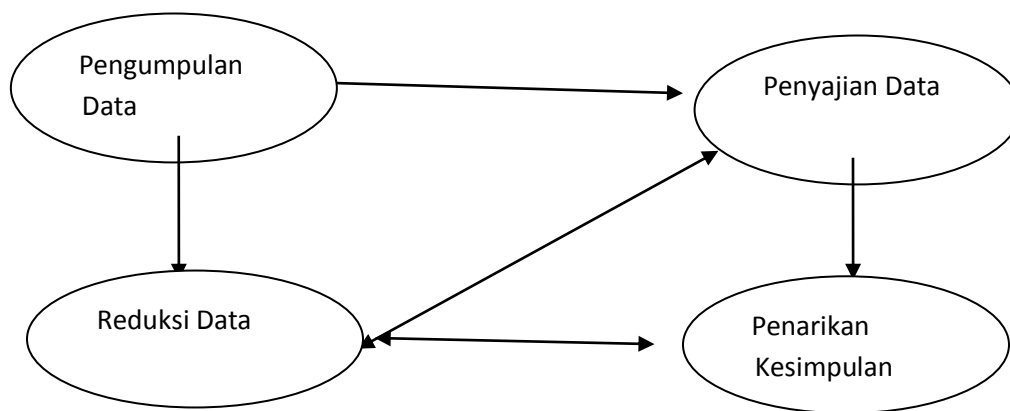
<sup>45</sup>AsepSyamsul M. Romli, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar, Reporter dan Script Writer*, (Bandung: Nuansa, 2010), hlm. 118.

<sup>46</sup>RusydiAnanda, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CitaPustakaMedia, 2009), hlm. 146.

hambatan komunikasi tersebut, serta apa saja keberhasilan yang dilakukan penyiar dalam meningkatkan simpati pendengar.

### E. Teknik Analisa Data

Data yang terkumpul dari hasil wawancara, peneliti mengadaptasi teknik analisa data kualitatif sebagaimana yang disarankan oleh Miles dan Huberman, yaitu:



Tabel diatas dapat disimpulkan:

1. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara.
2. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
3. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. Penarikan kesimpulan dengan cara induktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus kepada hal-hal yang bersifat umum.<sup>47</sup>

#### **F. Pengecekan Keabsahan Data**

Untuk menjamin keakuratan data, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara trianggulasi, yaitu mengumpulkan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Matthew Miles dan Michel Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 16.

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 241.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Bentuk-bentuk program dakwah radio Al-Fatih.

Radio Al-Fatih adalah radio yang mengunggulkan isi tentang dakwah yang dikemas dengan unik dan kreatif dan sesuai kebutuhan pendengar, namun tetap dalam koridor syar'i. Hiburan juga kita sediakan, musik, Murottal Al Quran yang juga bisa menjadi Hiburan Qalbu (hati) bagi hati dan pendengar kita.

Sesuai pada Misi Radio Al-Fatih yaitu Menyajikan Tausiah dan Hadist berkualitas, Murattal Al-Quran menjelang adzan dan music islami untuk membentuk umat berakhlakul karimah serta menyajikan informasi secara islami kepada seluruh sahabat muslim di kota Medan dan sekitarnya.<sup>49</sup>

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِّ لَهُم بِأُتَى هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ

رَبِّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl [16]:125)

---

<sup>49</sup>Hasill Wawancara dengan menejer Radio Al-Fatih Bapak Nazlan.Rabu, 16 Oktober 2019. Pukul 13.30 Wib

Pada ayat ini terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada pada ayat tersebut adalah Bil Al-Hikmah dimana kata hikmah diterjemahkan dalam pengertian bijaksana yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga objek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, Mau'izhah Hasanah atau nasihat yang baik.

Maksudnya adalah memberikan nasihat kepada orang lain yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima dan berkenan dihati, sedangkan Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah. Cara terakhir yang digunakan ini adalah orang-orang yang taraf berpikirnya cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya.

Oleh karena itu Al Quran juga telah memberikan perhatian khusus kepada ahli kitab, yaitu melarang berdebat dengan mereka kecuali dengan cara terbaik.<sup>50</sup>

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ  
سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٦١﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka ta'at pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi

<sup>50</sup> Amin, S., M. Ilmu Dakwah, Amzah, (Jakarta 2009). hlm. 100.



rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.” (Q.S. At-Taubah [9]: 71)

1. Program Tausiah Live dengan nama “Mutiar Qolbu Live” setiap sabtu malam di JM Briani jalan pemuda bakda Isya
2. Program Tahsin Quran setiap hari kamis dan Jum’at mulai pada pukul 17,00 sampai 18.15 Wib live di studio radio Al-Fatih.
3. Program Hikmah Sore Live setiap hari Senin dan Rabu mulai pada pukul 17,00 sampai 18.15 Wib live di studio radio Al-Fatih.

Selain ini ada beberapa program radio Al-Fatih yang juga rutin dilaksanakan yaitu rekaman suara tausiah ustad-ustad yang ada di kota medan dan ini tergantu pada panggilan jamaah yang ini di rekam dan syiarkan di radio Ada beberapa program yang kami ulang namun disajikan dengan format yang lain. Misalkan kajian tentang kematian oleh salah satu ustad di Kota Medan maka poin-poin kajian rekaman yang kami angkat dengan ditambah narasi dan efek suara dan beberapa hal yang di potong seperti suara yg bukan bagian dari suara Narasumber. Intinya kita memiliki timproduksi dan editing yang akan mengemas program-program kami secara kreatif.

Sejalan dengan apa yang di sampaikan oleh bapak Nazlan selaku Manager Radio Al-Fatih. Bahwasanya penjelasan di atas sangat berpengaruh terhadap pendengar dengan beberapa strategi yang diterapkan. Dengan menyesuaikan membentuk kebiasaan untuk pengontrolan siaran radio Al-Fatih.

Membuat strategi sebagai penarik minat masyarakat untuk mendengar sangatlah penting karena daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. sehingga semua dapat diakomodir dalam program yang disajikan. Inilah beberapa strategi yang menjadi penarik untuk memperoleh simpati pendengar agar tetap setia mendengarkan siaran radio Al-Fatih. Radio Al-Fatih tidak terpaku dengan apa yang menjadi permintaan masyarakat atau pendengar, namun hanya memfokuskan dan konsisten menyiarkan siaran-siaran islami.

Dengan demikian pendengarlah yang menyesuaikan apa yang sudah ditetapkan oleh manajemen radio Al-Fatih. Cara inilah yang menjadi ketertarikan dan membuat berbeda serta unik oleh radio Al-Fatih. Radio Al-Fatih adalah satu-satunya radio Dakwah yang ada di Kota Medan. Ada satu radio dakwah di Daerah Deli Serdang yaitu radio Sejarah Arrisalah FM.

Jangkauan radio Sejarah Arrisalah FM tidak sejauh seperti radio Al-Fatih. Setelah menanyakan beberapa hal yang menjadi strategi radio Al-Fatih dengan Manager radio Al-Fatih bapak Nazlan, kemudian bagaimana proses penyajian setiap program.

Pada program kami terdiri dari program Live dan rekaman. Untuk Live biasanya kita siapkan terlebih dulu materinya dan akan dibahas bersama narasumber,

yang sudah terjadwal. Materi disini bisa saja merupakan materi yang diambil dari satu buku yang dibahas berkelanjutan, atau pembahasan tematik yang tiap pekannya selalu berbeda-beda tema yang disajikannya. Ketika Live biasanya disertai juga dengan interaktif dengan pendengar baik melalui telepon ataupun melalui Sms atau Whatsapp.

Berdasarkan wawancara seringkali terpikir terutama kami yang sebagai pelaksana, bagaimana cara radio Al-Fatih meminimalisir pendengar untuk beralih ke saluran pihak pesaing?

Radio dengan format Religius Islami sangatlah jarang ada di Kota Medan, Hiburan yang kami sajikan juga berupa tilawah Al-Quran yang tentunya merupakan hiburan yang sifatnya abadi dan Insya Allah tidak akan membuat bosan yang mendengarkannya. Jadi kita sebenarnya sudah punya pendengar yang tertarget, namun memang jika ada radio lain dengan genre yang sama dengan kita pun tentunya kita akan bersikap positif dan tentunya akan menjadikan radio Al-Fatih radio yang banyak akan manfaatnya pada masyarakat.

Sejalan dari hasil wawancara disampaikan oleh bapak Nazlan, yang menjadi sumber-sumber pendukung program terhadap radio Al-Fatih. Interview langsung yang direkam dengan narasumber yang kita butuhkan, misal dengan para pengusaha, Polisi, masyarakat secara umum, dll. Dan juga kami ambil dari internet, Web Islam yang menyajikan artikel –artikel seputar keislaman, Youtube, Situs-situs gratis yang membagikan rekaman kajian-kajian Islam, Murottal Alqurandll.

## **B. Strategi Radio Al-fatih dalam memperoleh simpati pendengar**

Menurut Henry Mintzberg pengertian strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah di tentukan sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.<sup>51</sup> Strategi dapat dimaknai dengan sebagai perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

Tapi dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak sekedar berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun berfungsi pula sebagai petunjuk tentang bagaimana taktik oprasional dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama bapak Nazlan selaku Manager Radio Al-Fatih terkait strategi memperoleh simpati pendengar mengatakan bahwa.

Dalam penerapan dan memperoleh simpati pendengar ada berbagai macam dan dan strategi agar pendengar tetap setia untuk mendengar. Namun sebelum kesana kita harus lebih dulu memahami apa yang menjadi landasan radio ini berdiri, maka harus kembali pada visi dan misi radio Al-Fatih ini. Adapun visi dan misi radio Al-Fatih ini: Visi, Menjadi media tradio muslim terkemuka dan terdepan di Medan dan sekitarnya dalam syiar dakwah bagi seluruh sahabat muslim. Misi: Menyajikan Tausiah dan Hadist berkualitas, Murattal Al-Quran menjelang adzan dan musik islami untuk membentuk umat berakhlakul karimah serta menyajikan informasi secara Islami kepada seluruh sahabat muslim di kota Medan dan sekitarnya.

---

<sup>51</sup>Ngalimun, dkk. *Strategi dan model pembelajaran*. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 46.

Dengannya kita memahami apa yang menjadi visi dan misi radio Al-Fatih maka pasti akan melihat apa yang menjadi salah satu strategi radio Al-Fatih ini. Pertama, radio Al-fatih mengkhususkan radio ini bergerak dengan siaran-siaran dakwah islami, yang mana hari ini, menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat luas dalam mendengarkan dan memahami ilmu Agama Islam. Begitu juga dengan musik-musik religi dan program islami lainnya yang mungkin saja sebahagian masyarakat ada yang menggemari program-program islami.<sup>52</sup>

Kedua, strategi radio Al-Fatih memperluas jangkauan frekuensi pemancar. Strategi ini dilakukan agar jangkauan pendengar lebih luas dan tidak terpaku pada pendengar yang jangkauannya tidak jauh. Dengan demikian pancaran yang cukup jauh maka akan lebih luas lagi masyarakat untuk mendengar. Radio Al-Fatih memiliki pemancar yang berada di Bandar Baru Deli Serdang, sehingga jangkauan siaran radio Al-Fatih cukup luas meliputi Medan dan sekitarnya, Deli Serdang dan Sekitarnya, Serdang Bedagai dan Sekitarnya, Karo dan sekitarnya meliputi Berastagi dan Kabanjahe serta Binjai, hingga Langkat meliputi Stabat, Tj. Pura, Pangkalan Berandan, Pangkalan Susu dan Besitang.

Ketiga, Radio Al-Fatih selalu membuat tawaran dan menerima Iklan dari segala jenis yang halal untuk setiap program dan kita selalu putarkan secara terjadwal agar para pendengar menjadi hafal dan bisa gabung untuk menyimak dan berpartisipasi dalam program acara tersebut.

---

<sup>52</sup>M. Nazlan, Strategi Memperoleh Simpati Pendengar (Satu Arah), *Wawancara Pribadi*, Medan 10 Oktober 2019.

Keempat, Selain dengan iklan pada program acara untuk memaksimalkan pendengar dan mengantisipasi agar tidak ketinggalan informasi program-program radio Al-Fatih membuat beberapa situs media sosial dan website di antaranya adalah seperti Insraga dengan nama (@alfatih1073fm), Facebook (alfatihalfatih), YouTube (Radio Muslim Alfatih 107,3FM), dan memiliki Website (<https://Alfatih-media.com>) yang dikelola oleh Eko Fitri Brahmawati selaku koordinator bidang media Online.

Kelima, radio Al-Fatih kadang kali juga membuat kuis sebagai pemancing pendengar agar tetap setia mendengar siaran. Keenam, melakukan penyajian program secara rutin agar membentuk kebiasaan-kebiasaan dari penjadwalan yang sudah ada secara rutin. Semakin lama mendengar program yg rutin di siarkan, maka akan semakin berdampak pula pada pengiklanan. Pada radio Al-Fatih harus memiliki keunikan dan menyenangkan.

Ketujuh, melakukan penyimpanan sumber-sumber program. Ini dilakukan agar bisa disiarkan kembali ketika dibutuhkan. Namun tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan penyajian yang berbeda.

### **C. Penerapan Strategi Penyiar dalam Program Radio Al-Fatih**

Pendengar adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar- pencar, tetapi sama-sama terikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa. Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. Sehingga memahami jenis pendengar sangat penting.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama bapak Safari Komono selaku penyiar senior Radio Al-Fatih terkait penerapan strategi penyiar dalam program radio Al-Fatih.

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat strategi atau faktor yang harus diperhatikan seorang penyiar radio. Pertama, mengenal masyarakat sebagai pendengar merupakan langkah awal bagi seorang penyiar dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat bahwa dalam proses komunikasi, khalayak pendengar itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif.

Sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan. Ada sebahagian komunikan atau pendengar dengan maksud ingin menelfon namun dengan maksud ingin mengiklanlan produknya, dan ini sering kali terjadi. Kedua, menyusun kalimat yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian pendengar.

Dengan pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian dari pendengar. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas

dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan- pesan yang disampaikan.

Dari dua strategi atau faktor ini sudah memberikan pandangan dan pembelajaran bagi kita. Bahwa dalam setiap hal harus mempersiapkan diri lebih awal mulai dari memahami kondisi dan karakter komunikan yang berbeda-beda dan mempersiapkan kebutuhan yang akan disiarkan nantinya. Hal ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar untuk membangkitkan perhatian dan minat pendengar.

Bapak Safari Komono melanjutkan pembicaraan. Selanjutnya apa yang menjadi strategi penting untuk seorang penyiar agar pendengar tertarik.<sup>53</sup>

Ketiga, Selanjutnya adalah dengan menentukan metode, ada dua metode cara pelaksanaannya. Yang pertama Maksudnya adalah mempengaruhi khalayak dengan caramengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode ini untuk mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Dan yang kedua menurut bentuk isi, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran pendengar, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan seperti keterangan, berita, dan sebagainya. Kemudian perlu juga memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya.

---

<sup>53</sup> Hasil Wawancara dengan Penyiar Senior Radio Al-Fatih Bapak Safari Komono. Kamis, 17 Oktober 2019.



Dari beberapa hal tentang strategi yang di sampaikan oleh bapak Safari Komono. Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan hal terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkap nya. Pentingnya untuk mempersiapkan segala hal untuk keberhasilan siaran radio.

Terkhususnya pada siaran dakwah, bukan hanya memahami kondisi dan karakter audiens tetapi perlunya mempersiapkan keilmuan keAgamaan kita. Oleh karena itu pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor dan strategi diatas sebagai penyiar radio agar memperoleh hasil yang optimal.

Radio tentunya sangat membutuhkan seorang penyiar yang handal dan professional untuk keberhasilan program-program siaran radio. Karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan penataacara. Penata acara berbeda fungsi dan kerjanya dengan seorang penyiar. Seorang penata acara itu lebih memanajemenkan program-program yang akan disiarkan pada hari ini.

Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuknya station format dengan tujuan menciptakan stasiun penyiaran radio. Kemudian bapak Safari Komono selaku penyiar senior radio Al-Fatih menambahkan apa yang sangat diperlukan dalam hal penyiaran.

Dalam pengolahan program kita harus lebih dulu memikirkan dengan matang terkait apa yang dibutuhkan dan yang disukai oleh pendengar. Langkah ini adalah

salah satu sesuai pada prosedur SOP dalam penyiaran. Hal yang pertama sekali adalah sebuah perencanaan awal yang ini harus di rapatkan lebih dulu dengan tim. Kedua yaitu pengumpulan, materi musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi narasumber.

Tujuan menghubungi narasumber untuk memberitahu lebih dulu apa tema yang akan dibawakan nantinya, jadi harus diselaraskan visi dan misi sebelum mulai program. Ketiga adalah selanjutnya ditulis atau didokumentasikan secara utuh dalam kalimat yang siap dibaca atau disusun sedemikian rupa yang susunannya dengan naskah pembuka dan penutup.

Selanjutnyamenggabungkan antara isi program dengan musik.sehingga menghasilkan paket acara yang siap disiarkan. Setelah semua sudah di siapkan maka barulah bisa dimulai on air. Terakhir Seusai dengan siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersama oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi apa saja kelemahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya.

Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran.Sehingga memahami jenis pendengar sangat penting.Pada upaya penerapan yang sesuai pada SOP agar memberikan kepuasan pada pendengar, dengan rancangan yang sudah matang dipersiapkan. Berbagai macam hambatan dalam siaran baik pada internal ataupun eksternal radio, terkadang sekali radio mengalami bangkrut atau gulung tikar, itu disebabkan karena salahsatunya adalah kurang siap mematangkan strategi dalam bersiaran selain itu adalah Faktor-faktorInternal seperti

keuang, dengan tidak rapinya manajemen keuangan maka akan terjadi kekurangan akomodasi kebutuhan operator dll. Faktor lain adalah sumber daya manusia, ketika keuangan anjlok maka akan merusak sumber daya manusianya dan akan berpengaruh pada program-program radio. Program acara yang tidak berkualitas akan membuat bosan pendengar sehingga Radio pun akan ditinggalkan pendengar dan pengiklan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah penulis uraikan data-data serta analisa yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat tentang strategi radio Al-Fatih Cirebon, maka dalam hal ini peneliti akan membuat kesimpulan akhir dari hasil penelitian yang dilakukan selama kurang lebih duabulan.

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini dilihat dari aspek-aspek strategi radio Al-Fatih adalah sebagai berikut:

1. Strategi kesesuaian (*compability*).

Adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Untuk itu, radio Al-Fatih sangat memperhatikan setiap detail dari program. Agar mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan se lalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

2. Strategi pembentukan kebiasaan (*hobbit formation*).

Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi secara seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara di radio Al-Fatih dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada

jangka waktu tertentu. Semakin lama waktu untuk pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula dalam pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di radio Al-Fatih diuntut untuk memiliki keunikan, kelelasan dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur yang enak oleh pendengarnya.

### 3. Strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*).

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalisir pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing, radio Al-Fatih mengantisipasi dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*).

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat nanti, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Hal ini juga diperhatikan oleh manajemen radio Al-Fatih. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

### 4. Strategi daya penarik massa (*mass appeal*).

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara ini radio Al-Fatih memaksimalkan perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai pendengar juga

diperhatikan oleh radio Al-Fatih. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

Melalui beberapa program yang disajikan oleh pihak manajemen radio Al-Fatih dan program hiburan murottal tiap pagi, siang, dan malam mampu memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan sehingga pendengar akan tetap mendengarkan rangkaian program siaran di radio Al-Fatih.

## **B. Saran**

Setelah melihat keadaan yang ada pada manajemen radio Al-Fatih dan juga penelitian yang diperoleh dari beberapa data, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Untuk manajemen radio Al-Fatih : radio Al-Fatih kini sudah menjadi salah satu radio informasi yang berbasis pada ranah edukatif, informatif, dan religius. Sehingga penulis ingin memberikan masukan untuk divisi program teruslah bekerja dengan keras dan solid untuk membuat program-program yang lebih menarik, jauh lebih bermanfaat dan lebih menarik dari yang sudah-sudah
2. Untuk marketing teruslah melakukan pekerjaan sesuai dengan keinginan hati dengan menggunakan tahapan-tahapan marketing yang sudah dikerjakan selamaini.

3. Untuk penyiar radio Al-Fatih : tetaplah menggunakan bentuk komunikasi yang solid seperti sekarang ini, tetap junjung tinggi nilai persaudaraan antara sesama khususnya umat muslim.
4. Untuk pendengar radio : tetaplah untuk selalu mendengarkan radio Al-Fatih karena banyak sekali ilmu-ilmu baru yang bisa didapatkan, serta menambah wawasan keislaman bagi parapendengar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Prof. H. Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cetakan ke-1, PT RajaGrafindo Persada.
- Dermawan, Andi. 2002. *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: LESPI.
- Effendy. Onong Uchjana 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Cet, IV; Bandung: Penerbit Alumni.
- Effendy. Onong Uchjana 2000 *Dinamika Komunikasi*, Cet, IV; Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Elvinaro. 2007. Ardianto, dan Lukiati, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fachruddin, Andi 2019, *Jurnalism today*, Prenadamedia Group, maret
- Freman, R. Edward .1995. *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Husein Umar. 2001. *Strategi Management*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hunger, dkk. 2010 *Manajemen Strategi dan Terjemahan*, Jakarta: ANDI.
- Haming Murdifying & Mahfud Nurnajamuddin. 2011. *Manajemen Produksi Moderen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Jalaluddin, Rakhmat, 2008 *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Masduki, 2006, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LkiS.



- Morissan.2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*Kencana Prenada, Jakarta.
- Muhamad Mufid. 2010. *Komunikasi& Regulasi Penyiaran*, Edisi Pertama. Cet.3; Jakarta: Kencana.
- Martopo.1978.Ali*Strategi Budaya*,Jakarta: Csis, Cetakan Pertama.
- Ngalimun, dkk. 2015. *Strategi dan model pembelajaran*.Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Poter, Michael.E. 1993. *Keunggulan Bersaing Mempertahankan dan MenciptakanKinerjaUnggul*, Jakarta: Erlangga.
- Prayuda.2005. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik n Penyiaran*, Malang, Banyumedia.
- Siagian.Sondang P. 1998.*Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, Ashadi. 2001.*Menyingkap Media Penyiaran; Membaca televisi, Melelihat Radio*,Yogyakarta: LP3Y.
- Syamsul, Asep M. Ramli. 2004. *Broadcast Journalism*, Cet. I; Bandung, PT.RemajaRosdakarya.
- Syukir, Asmuni.1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas.
- Wanda, Yulia. 2010. *Andai Aku Jadi Penyiar*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ya'qub, Hamzah. 1987. *Dinul Dakwah*, Bandung: Bulan Bintang,